

経営発達支援計画  
令和元年度事業実施状況等について

令和2年3月

甲府商工会議所

令和元年8月5日に開催した「平成30年度経営発達支援事業に係る事業評価委員会」での意見等を踏まえ、令和元年度発達支援事業を実施した。  
事業評価委員会の意見等は次のとおり。

---

【委員から出された意見・質問（⇒回答）は次のとおり】

●**地域の経済動向調査に関すること**

- ・地域経済動向調査は他機関でも同様のものを実施している。わざわざ独自に行わず、他機関のものを活用することは検討しないのか。（委員）  
⇒他機関の調査結果を活用することは認められているが、2カ月に1回実施している独自調査では、自由記入欄で業界の生の声を聞くことができ、具体的な状況を確認することができるため、今後もこれを継続していきたい。（事務局）

●**経営状況の分析に関すること**

- ・案件発掘のための巡回訪問が目標を大幅に下回っているが、その原因は何か。（委員）  
⇒経営指導員11名と補助員3名には、月10件の巡回を行うよう目標設定している。他業務との兼ね合いや、巡回訪問1件当たりにも多くの時間を費やしていることから、この結果となった。しかしながら、分析件数は目標を上回っていることから、今後は巡回件数・分析件数とも目標を達成するよう努めていきたい。（事務局）

●**事業計画の策定支援に関すること**

- ・創業セミナーは、商工会議所以外でも多くの支援機関で実施している。集客に苦勞するようであれば、他と共同で開催するなどして業務の効率化を図るか、または独自のカリキュラムなどを検討すべきである。（委員）  
⇒当所では以前から創業支援に力を入れている。セミナーの他、まちづくり会社とともに空き店舗見学会を実施するなど、中心市街地の活性化も含めて事業展開している。また、セミナーは甲府市創業支援計画で特定創業支援事業に位置付けられており、今後も他機関と協力しながら独自で開催していきたい。集客については、WEB広告を活用するなどし、参加者の目標がクリアできるよう努める。独自のカリキュラムは、特定創業支援事業として位置付ける限り、セミナーの内容で取り上げるべきテーマが指定されているため難しい。（事務局）
- ・創業セミナー参加者の12名で創業した者は3名となっており、率が高いとは言えない。例えば飲食店コースなど、いくつかの業種ごとに分けて開催する方法はないのか。参加者が目的意識を持ちやすく、創業率が向上すると思う。（委員）  
⇒4日間コースセミナーを実施するにあたって、予算は80万円を要している。開催時期の関係上、補助金を活用することが難しく自前予算で対応しているため、業種ごとの開催は困難である。（事務局）
- ・国の持続化補助金は経営計画策定には、良い動機付けとなっているようだ。県でも、県版持続化補助金を設けたので積極的なPRと活用を促してもらいたい。（委員）  
⇒会報にチラシを折り込むとともに、窓口で配布、諸会議や巡回訪問等で説明し、経営計画策定支援につなげていく考えである。（事務局）

●**事業計画策定後の実施支援に関すること**

・「今後目標意識をもって実施していく」とあるが、どのように実施していくのか。支援の質・結果をどう評価するのか。(委員)

⇒当所の経営発達支援計画が認定された時点では、件数のみの目標設定で要件を満たしていたが、今回改正された経営発達支援計画のガイドラインでは、売上や利益の増減、販路開拓状況の有無等を把握することとされた。また、国への報告は、本年度分からガイドラインに沿ったものが求められている。当所でも、これらの趣旨を徹底し、支援にあたる。(事務局)

### ●需要動向調査に関すること

・土産品の需要動向調査の参加者数が年々減少しているようだが、今後、どのように目標を達成するのか。(委員)

⇒本調査は「やまなしギフトコンテスト」に出品されたものについて、消費者アンケートを通じ需要動向を調査している。出品者は新商品のPRに活用したいとの意識が高く、既存商品の出品は余り多くない。毎年500名を超えるアンケートを回収していることから、“消費者の生の声を商品開発に生かせる”点を事業者理解してもらい、出品者を募っていく。(事務局)

### ●新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

・大手企業本社でのワインPRイベントの効果は。(委員)

⇒東京での同様のPR事業は、当初はビルのロビーで通行人等を対象に無料試飲会として行っていた。PR効果はあったが、試飲のみであったため、その場での販売はなくその後の効果も確認できなかった。大手本社でのイベントは、当該会社の役員了解のもと行っていることもあり、会場は無償提供ということもあり、集客・販売額ともに費用対効果は非常に良い。また、開催する企業の社員にも評判が良く、「当社でもやってもらいたい」とのリクエストも来るようになった。本年度は、SMB C日興証券、熊谷組、富国生命の3社で開催する予定である。

・地酒の消費者向けイベントの参加者数が目標を大幅に下回っているが、その原因と今後の対応はどう考えているのか。(委員)

⇒計画作成時点では、広い会場を用意し日本酒蔵元4社とワインメーカー4社が出展するイベントを実施したが、回を重ねるごとに来場者の意見も取り入れ、内容を見直してきた。30年度は、記載したもの以外に、ワインメーカーと日本酒蔵元で各々1回ずつ、作り手の思いを聞きながらの食事をするイベントを実施した。ワインイベント21名、日本酒イベント23名の集客があった。これらのイベントは、中心市街地の活性化も兼ね、そこに立地するレストラン等で行っている。これらを含めると、本項目の参加者数は80名となる。(事務局)

### ●地域経済の活性化に資する取組

・フットパス参加者が目標の200人に対して26人になっている理由は。(委員)

⇒計画策定時は、補助金を活用して実施した平成26年度実績の160人を目安に目標を設定した。30年度に実施した2回は、いずれも独自予算で行った。一方、フットパスと同様に中心市街地へ消費者に来てもらうことを目的に実施しているまちゼミは、目標を大幅に上回る参加者があった。商店主自らの積極的な取組があったことが要因と考えている。費用対効果の点からも、まちゼミの充実に注力していき

たい。(事務局)

●**経営指導員等の資質向上に関すること**

・経営指導員のWEB研修とあるが、これの結果はどのように活かしているのか。(委員)

⇒経営指導員11名だけでなく、事務局長以下正職員は全て9月に実施される確認テストを受けることになっている。本テストは、50点満点で科目(分野)毎に採点結果が出ることから、受験者が苦手とする分野が把握できる。これを繰り返すことにより、支援に必要な基礎的な知識は身につくと考えている。(事務局)

【**事業評価委員会の開催状況**】

日 時 令和元年8月5日(月) 12:30~14:15

場 所 甲府商工会議所2階 クラブ室

出席者 評価委員(3名、委員長:丸山氏)

・マーケティングコミュニケーション研究所

中小企業診断士 丸山孝雄 氏

・山梨学院大学経営学部 学部長 今井 久 氏

・山梨県産業労働部産業政策課 主査 折居 誠 氏

事務局(2名)

・甲府商工会議所 事務局長 越石 寛

・ " 中小企業相談所長 中沢幸春

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (平成28年4月1日～令和2年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

### I. 経営発達支援事業の内容

#### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者の多くは日々の業務に追われていることから、自らを取り巻く経済環境を客観的に把握するための十分な時間を確保できないのが現状である。そこで、当所が地域の経済動向を調査・分析し、その結果を分かりやすく示すことにより、小規模事業者の経営方針等の参考となるよう努めた。

(実施した事業内容)

(1) 地域の商工業者(約160件)を対象に「地域経済動向調査」(業況、売上高、採算、仕入単価、従業員、金融機関の貸出しのDIを調査)を6回実施した。

(2) 商工業者150～1,000件を対象に、①人手不足に関する調査、②2020年景気見通し調査、③消費税増税に係る影響調査、④新型コロナウイルスに関する調査の4つの「Fax調査」を実施した。

(3) 山梨県内における初任給の実態を明らかにし、その結果を労務関係資料として地域企業等に提供することを目的として、県内事業所1,000社を対象に学歴別「初任給調査」を実施した。

上記調査結果は、当所ホームページへ掲載するとともに、マスコミにも情報提供を行い、新聞、ニュース等により周知した。また、経営・金融相談などの際に、小規模事業者が事業活動の参考にできるように話題として提供した。

この他、各種機関・団体が行った景況調査等についても、小規模事業者を取巻く経済情勢がどのように変わってきているのかなどを経営相談の機会を通じて説明した。

(目標と実績(赤字))

調査内容	26年度 実績	27年度 目標 実績	28年度 目標 実績	29年度 目標 実績	30年度 目標 実績	R1年度 目標 実績	R2年度 目標
地域経済動向調査回数	6	6 6	6 6	6 6	6 6	6 6	6
Fax調査回数	4	4 11	4 8	4 4	4 4	4 4	4
初任給調査回数	1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1

【令和2年度の取り組みについて】

巡回訪問、窓口相談の際、必要に応じての調査結果説明については、概ね行っている。令和2年度以降も引き続き、これの活用を図る。

#### 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・金融等窓口相談、経営分析に関するセミナーの開催等を通じて案件を発掘し、経営指導員が小規模事業者の経営分析を行った。

また、必要に応じ、山梨県中小企業診断士協会に所属する診断士等の専門家を活用し、企業診断を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 経営指導員11名・補助員3名に月10件の目標を定め、年間を通して案件発掘のための巡回訪問を行った。この他、窓口相談、専門家による個別経営相談会(月3回)、マル経等金融相談業務を通じて、経営課題を抱えている小規模事業者の財務分析(安全性・収益性など)を行った。また、必要に応じ、中小企業診断士等専門家も活用し、経営状況の分析を行った。
- (2) マル経利用者については、融資後の訪問などを通じて分析結果を説明した。
- (3) 毎月3回(年間36回)実施予定であった専門家による個別相談は、26回の実施に終わった。
- (4) 経営状況の分析を行った事業者に、事業計画を策定し経営課題解決のために活用するよう促したが、多くの事業者の理解を得ることができず、計画策定に至ったのは小規模事業者持続化補助金等の補助金申請者が中心であった。

(目標と実績(赤字))

内 容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		(上段：目標、下段：実績)					目標
経営分析案件発掘のための巡回訪問件数	1,392	1,500 1,206	1,500 1,390	1,500 1,122	1,500 1,036	1,500 907	1,500
専門家個別相談会実施回数	24	36 30	36 27	36 26	36 26	36 26	36
個別相談会利用者数	42	55 56	60 56	60 40	60 34	60 29	60
経営分析件数	60	70 92	80 96	80 86	80 104	80 95	80

【令和2年度の取り組みについて】

経営分析件数は目標に達したものの、巡回件数や個別相談会利用者数が目標を下回った。中小企業診断士による個別相談会は、経営分析以外にもアドバイスを行っているため、会報及びHPでのPR、巡回訪問を通じて周知を行い、利用者の増加を図る。

### 3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

事業者の経営課題の解決、創業者の円滑な事業実施、各種補助金申請書類作成などを支援するため、事業計画の策定支援を行う。支援案件は、経営指導員の巡回、窓口相談、セミナーなどを通じて発掘した。

また、山梨県中小企業診断士協会、よろず支援拠点等とも連携を図り、作成支援を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 事業計画策定等に関するセミナー(1回)、個別相談会(定期26回、臨時1回)を開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行った。
- (2) 窓口での相談や巡回訪問時に、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行った。
- (3) 事業計画策定を目指す小規模事業者の他、金融相談及び持続化補助金等の申請時に事業計画の策定支援を行った。
- (4) 創業セミナー(4日間コース)を開催し、創業計画作成支援を行った。
- (5) 既存事業者が新規分野へ進出する第二創業について、経営状況の分析を踏まえ、事業計画の作成を支援した。
- (6) 甲府創業支援ネットワークに位置付けられているワンストップ相談窓口では、年間を通

じで創業者の計画策定を支援した。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度 目標
		(上段：目標、下段：実績)					
計画作成セミナー等開催回数	1	2 2	2 2	2 1	2 2	2 1	2
事業計画策定事業者数	56	60 67	65 110	70 59	70 65	70 70	70
創業セミナー開催回数	1	1 1	1 1	1 1	1 1	1 1	1
創業セミナー受講者数 (上段： 支援者数、下段：創業者数)	14	30 9	40 22	40 34	40 14	40 25	40
	4	10 4	12 9	12 13	12 3	12 6	12
ワンストップ窓口相談	—	通 年 開 催					
		33	50	67	70	66	
第二創業 (経営革新) 支援者数	47	50 54	50 56	50 69	50 39	50 56	50

【令和2年度の取り組みについて】

事業計画策定については、補助金申請に係るものと創業支援に伴う案件の他、別途セミナーを実施し策定を支援した。令和元年度の創業セミナー受講者は、目標を4割ほど下回る結果となった。WEB広告での集客に注力したことにより、30年度より受講者数は増加したが、引き続き金融機関を始め県内支援機関と連携し積極的な情報提供依頼するなどして、より多くの創業希望者への周知を図り、事業計画作成支援数が目標を上回るよう努める。

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業者が経営課題を解決するため、また、創業後事業を継続していくために策定した事業計画の実施に当たって、持続的に支援を行った。

(実施した事業内容)

- (1) 巡回訪問等を通じて、経営計画を策定した事業者の事業について進捗状況の確認を行った。また、国、山梨県、甲府市、中小企業基盤整備機構等支援機関の「施策情報を提供」し活用を促すなど支援した。
- (2) 創業者の計画実施支援は、支援機関、地域金融機関等と連携を図り、販路拡大や資金調達等を支援した。また、「創業者クラブ」では「値決めの基礎講座」、「1行で差がつくキャッチコピーの作り方」、「賢い確定申告!」、「補助金・助成金活用セミナー」の勉強会の他、補助金等施策情報の提供も行った。
- (3) (2)の他、ワンストップ窓口相談、個別経営相談会、創業セミナー、中心市街地の空き店舗見学会の実施など、「創業支援」を行った。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度 目標
		(上段：目標、下段：実績)					
施策情報提供等フォローアップ 件数	56	60 48	60 50	60 72	60 67	60 54	60

創業クラブ回数	—	6 4	6 2	6 5	6 5	6 4	6
創業クラブ登録者数	—	30 38	40 46	50 47	50 46	50 75	50
創業支援者数（ワンストップ窓口相談・個別経営相談・創業セミナー・創業クラブの合計。）（上段：支援者数、下段創業者数）	59	90 62	110 97	110 114	110 103	110 102	110
	14	30 30	35 37	35 50	35 41	35 42	35

#### 【令和2度以降の取り組みについて】

創業クラブ登録者数は増加したものの実施回数が目標を下回り、1回あたりの参加者も5名程度と少ない状態となっている。これがフォローアップ件数の減少につながっている。今後は、登録者のニーズを捉えた事業を実施し、参加者の増加を図っていく。

#### 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者が提供する商品やサービスが当該分野の需要を的確に捉えることができるよう次の調査を行った。事業に参加しない事業者にとっても新たな需要開拓が図られるよう情報を提供した。

##### （実施した事業内容）

(1) 土産品（菓子、ワイン、日本酒等）が客のニーズに合致しているかどうかは、結果的に売れた・売れなかったでしか知る術がない。一方、売り上げを拡大するためには、商品自体の魅力に加え、接客も重要と言える。

そこで、国内外の観光客も比較的集まるJR甲府駅コンコースで、消費者を対象に「土産品の需要動向調査」を実施し、食品部門1社13商品、非食品部門4社6商品について、500名を対象にアンケート調査を実施した。

アンケートは、部門ごとに最も気に入った商品を選び、それを選んだ消費者の性別・年代、土産品を選ぶ価格帯、購入目的、選ぶ基準、当該商品を選んだ理由を尋ね、結果を分析した。個々の商品等に関するものは各々の事業者にフィードバックし、商品開発や接客時の参考とするよう促した。

また、土産品業界の集まりで、当日参加しなかった事業者にも結果を説明した。

(2) 加工食品取扱業者を対象に、展示会に来場するバイヤーへの事前・事後に情報提供をし、出展効果をより高めることを目的に「食品関連企業におけるホームページでの集客、ネット販売のコツについて」をテーマに「トレンド情報セミナー」を開催し、バイヤーの求める商品などについての情報提供を行った。

この他、山梨ジュエリープロジェクトキックセミナーを開催し、「マーケティングの重要性とネット販売」として、ジュエリー販売に関するマスコミに勤務する女性社員を対象に実施したマーケティング調査結果等について説明した。

(3) デザインアドバイザー及びマーケティングアドバイザーを招聘して、「宝飾デザインワークショップ」を7回実施し、参加各社へのデザインの傾向や消費動向等商品販売につながる情報の提供を行った。

ワークショップの成果として、参加2社による「Koo-fuコレクション2020」と参加12社によるライトジュエリーの新ブランド「SIMPRICH」を発表した。

ワークショップで得た情報は、宝飾業界の「小グループの会合で情報提供」をするとともに、コレクションは、都内展示施設、ジュエリー業界展示会などで展示・販売した（SIMPRICHは、オンラインのみで販売）。

上記活動を通じて、本県の業界イメージの向上に寄与した。また、経営相談などで、個者にも情報提供を行った。

(4) 経営を持続させるためには、事業者の強みが需要を的確に捉えていくことが重要であるため、経営計画策定支援の際などに日経テレコンの「POSEYES」、中小機構の「J-Net 21」などインターネット上のデータベース等を活用して需要動向を調査し、窓口及び巡回訪問を通じて情報提供・説明を行った。

(目標と実績 (赤字))

内 容		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		実績	(上段：目標、下段：実績)					
土産品需要 動向調査	参加事業者数	—	13 13	15 11	15 11	15 9	15 15	15
	調査票回収数	—	520 522	500 538	500 569	500 557	500 500	500
トレンド情報 セミナー	開催回数	2	3 2	3 2	3 3	3 3	3 2	3
	参加者数	55	90 128	100 41	100 120	100 97	100 50	100
宝飾デザインワ ークショップ	開催回数	6	6 7	6 7	6 7	6 18	6 7	6
	参加者数	10	15 8	15 8	15 7	15 17	15 12	15
小グループへのワークシ ョップ情報の提供回数		—	3 3	3 2	3 3	3 3	3 3	3
ワークショップ情報の個 者への提供件数		—	—	15 15	15 14	20 19	20 18	20
インターネットを活用し た調査		—	10 10	20 19	30 26	30 20	30 19	30

#### 【令和2年度以降の取り組みについて】

トレンド情報セミナーは、回数・参加者数ともに目標を下回った。加工食品とジュエリーの分野についてのものであったが、対象者が限られることもあり、参加者が目標を大幅に下回る結果となった。今後は内容を精査し、多くの参加者が見込まれる内容で開催し、より多くの事業者へ情報提供する。

その他の各項目において概ね目標を達成することができた。今後も引き続き、個々の事業者の販路拡大につながる需要を調査し、情報提供を行っていく。

#### 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

多くの小規模事業者は、従来の販売チャネルでは売上や利益の確保が困難となってきていることから、新たな需要の開拓に資するため、次の事業を実施した。

(実施した事業内容)

- (1) 地酒・ワインの販促イベントは、飲食店向けは東京都内で1回実施した（甲府市内で予定した消費者向けは新型コロナウイルス感染症の影響で中止）。また、発達支援計画にはなかったが、県産酒提供飲食店紹介サイト「nomuca」（平成28年12月～正式運用、掲載添付数73店）による消費者へのPR、県産酒メーカの醸造責任者等から酒造りに対する思いを聞きながらの食事会2回（日本酒）を実施した。
- (2) 全国35商工会議所と共同で、製造業を中心に受注機会の拡大を目的としたマッチング事業「ザ・商談！し・ご・と発掘市」を実施した。（当所経由の参加5社の商談件数は延べ11件）

- (3) 当所や近隣の商工会、地域金融機関等で運営しているネット上の仮想工業団地「**風林火山ビジネスネット**」を活用し、マッチング機会を提供した。
- (4) 主要地場産業である宝飾業では、産地ブランド「**K o o - f u 商品**」を中心に、大手百貨店や全国各地の催事等を活用し販売した他、SIMPLICHをオンラインショップで販売するなどし、産地イメージの向上に取り組んだ。
- (5) S M B C 日興証券本社（来場者約 3 0 0 名）、熊谷組本社（来場者約 2 5 0 名）、富国生命保険本社（来場者約 1 5 0 名）で各々の協力を得て、山梨「**ワインの P R イベント**」（無料試飲会、販売会）を実施した。  
 この他、東京都内で都内高級レストラン 2 8 店舗の関係者を招き、ワイナリー 8 社・日本酒醸造元 4 社・クラフトビールブルワリー 1 社の商品 6 6 銘柄の県産酒 P R 商談会も実施した（再掲）。
- (6) 医療・介護分野への進出を促すことを目的とした「**医療関連ものづくり交流会**」（会員 2 7 社）では、山梨大学附属病院等の現場のニーズ（課題）提供や業界情報の提供を行った。
- (7) 山梨県ワイン酒造協同組合、甲州市商工会と共同で実施している「**甲州ワイン E U 輸出プロジェクト（以下、K O J）**」（H 2 1 年度から始めた本事業は、当初 E U を対象にしていたが、現在は「山梨ワイン世界輸出プロジェクト」として実施）では、世界のワイントレンドの発信地ロンドンで、山梨ワインの P R プロモーション（卸売業や及び業界誌等の関係者向けの試飲商談会、著名ジャーナリストや著名ソムリエ、ワイン愛好家を対象とした試飲会 2 回、ワインバーでの一般消費者向けキャンペーン（2 回））を実施し、産地ブランドの形成と販路の拡大を支援した。
- (8) 国内最大規模の食品展示会「**スーパーマーケット・トレードショー**」に山梨ブースを設けて出展し、地域資源活用商品等の販路拡大を支援した。出展に際しては、地域金融機関等を通じて広く希望者を募り、マーケティングアドバイザーを講師にセミナー「食品関連業界におけるホームページでの集客、ネット販売のコツについて」を開催し、展示会出展にあたり事前にバイヤーや消費者へ有効な情報を提供する意義とその方法について情報提供した。
- (9) 「**雑誌を活用した販路拡大**」は計画に記載してあるが、H 2 8 年度に掲載した事業者から、「一定の効果は見られるが、費用が高く掲載を見送りたい。」との声が多く出され、取り組みの有無を検討した結果、平成 2 9 年度から実施を見合わせている。
- (10) 「**インバウンド観光の需要を取り込む**」ため、山梨県と共催で「やまなしインバウンドおもてなし研修会」を 2 回実施した。また、県内在住の外国人（4 か国・地域の 1 8 名が参加）を対象に「日本文化体験モニターツアー」（バス乗車、書道、茶道、和装、正式参拝）を実施し、日本文化と駅周辺観光スポットの P R 事業を行った。
- (11) 上記の他、次の事業も実施・協力・事業者への周知を行った。
- ① 農商工連携マッチングフェア（山梨県商工会連合会、他主催）  
 令和 2 年 1 月 2 2 日（水） 場所：アピオ甲府
  - ② やまなし食のマッチングフェア（山梨中央銀行主催）  
 令和元年 7 月 1 9 日（金） 場所：京王プラザホテル（新宿）  
 地域 P R ブースに当所が出展し、支援先事業者の商品を出品した。
  - ③ やまなしテクノ I C T メッセ（主催：山梨県機械電子工業会、他）  
 令和元年 1 1 月 7 日（木）～ 9 日（土） 場所：アイメッセ山梨  
 「甲府商工会議所ものづくり推進コーナー」ブースを設置し、山梨大学と県内企業が進める産学共同プロジェクト等の紹介および山梨青年工業会の活動紹介・開発商品の展示を実施した。また、山梨青年工業会と共催で、同会場において「親子ものづくり体教室」を実施した。
  - ④ ジェトロ山梨と海外需要を取り込むためのセミナーや商談会を共同で実施  
 第 1 回 貿易取引英文ビジネス E メールセミナー  
 第 2 回 貿易実務基礎講座（基礎編）  
 第 3 回 日 E U ・ E P A および T P P 1 1 の活用メリットと原産地証明制度

第4回 ジュエリー海外販路開拓事業 タイ国バイヤー招聘商談会

⑤全国から毎週集まる！！地域うまいもんマルシェ（日本商工会議所主催）

令和2年3月10日（火）～3月16日（月）の7日間 場所：日本百貨店  
当所が出展し、事業者5社の14商品を販売した。

⑥グルメ&ダイニングスタイルショー（feel NIPPON 春2020）

令和2年2月5日（水）～7日（金）の3日間 場所：東京ビッグサイト  
当所が出展し、県内日本酒蔵元7社の商品を展示・PRした。

⑦山梨の地酒東南アジア輸出プロジェクト

ベトナム（ハノイ市、ホーチミン市、他）でのプロモーション（全体1回、個別3回）などの結果、年間9,588本（720ml換算）を輸出した。

（目標と実績（赤字））

支援内容	26年度 実績		27年度		28年度		29年度		30年度		R1年度		R2年度
	(上段：目標、下段：実績)												
地酒（4社）・ワイン（4社） の販売促進イベント回数	一般消費者向け毎年1 飲食店等業者向け毎年1												
	1	1	1	0	2	0	1	0	1	1	0	1	
一般参加者数	200		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
			50	106	45	36	—						
業者来場社数	50		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
			0	0	0	21	28						
ザ・商談しごと発掘市エンターリー者数	8		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
			10	13	10	7	5						
風林火山ビジネスネット参加者数	12		15	15	20	20	20	20	20	20	20	20	20
			11	10	10	10	10						
Koo-fu商品販売額	1億円		1億円										
			6,416	5,027	4,039	3,470	2,258						
			万円	万円	万円	万円	万円						
ワインPRイベント来場者数（合計）	750		750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
			900	200	614	580	700						
医療関連ものづくり交流会参加社数	34		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
			29	29	30	31	27						
KOJ輸出本数（全世界）	9,300		23,000	31,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000	33,000
			43,342	42,240	36,322	29,777	30,684						
大 出展による販路拡 食品系展示会への	出展者数	—		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
				5	10	19	22	17					
	セミナー参加者数	—		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
			41	34	23	15	19						
専門家による支援者数	—		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
			21	13	3	4	2						
大 載 雑 誌 への 販 路 拡 による 商品の 掲	掲載者数	—		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
				6	21	0	0	0					
	セミナー参加者数	—		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
			53	0	0	0	0						
専門家による支援者数	—		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
			11	6	0	0	0						
要 観 ウ 心 光 ン 事 への 需 ド	—		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
			1	1	2	1	2						

セミナー 参加者数	—	50 45	50 46	50 191	50 46	50 60	50
外国語表記モデルケ ース事業者数	—	1 6	5 3	5 0	10 0	10 0	10

### 【令和2年度以降の取り組みについて】

ワイン、日本酒等の販促イベントは、当初、一般消費者へのPRを主な目的に実施していたが、イベントを重ねることにより一定の認知度の向上は図られたと考えている。数年前より、ぐるなびの協力を得て都内有名レストランとのマッチング、大手企業本社での販売を伴う試飲会などを実施するなど、直接販倍につながる事業を展開している。今後はこの取り組みをより強化していく。

## II. 地域経済の活性化に資する取組

甲府市の交流人口の増加を図るため、観光客などを県内各地はもとより、広く県外から呼び込むことを目的に、次の事業を実施した。また、行政や関係団体、地域自治会等が実施する祭りやイベントにも積極的に協力し、地域経済の活性化に取り組んだ。

### (実施した事業内容)

- (1) フットパス事業は、幕絵・道祖神祭りをテーマに中心市街地を会場にした事業（1月、参加者10名）を実施した。
- (2) 中心商店街としての魅力を向上させ、中心商店街の賑わいの創出を図っていくことを目的に、個店の店主等が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者（お客様）に伝える少人数制の“得する街のゼミナール「甲府まちゼミ」”を実施した。令和元年8月に実施した第5回甲府まちゼミは、参加22店舗で22講座・参加者183名、令和2年2月の第6回は参加24店舗で27講座・参加者375名となった。  
これらにより、個店の存在・特徴を知っていただくとともに、店主やスタッフとのコミュニケーションによって信頼関係を築くことで、リピーターとなってもらい、商店街の活性化を図った。
- (3) マンガ・アニメ、実写映画等のロケ地を活用し、新たな観光スポット等の創出を図ることを目的に次のマンガ・アニメプロジェクト事業を実施した。
  - ①山梨ロケ地巡り～あの名シーンに出会える旅～モニターツアー（令和元年12月）  
前橋車庫⇒JR高崎駅⇒《高速道》⇒大石公園⇒ほうとう不動⇒八代ふるさと公園⇒武田神社・信玄ミュージアム⇒山梨県庁⇒甲府中心商店街⇒映画関係者によるトークライブ⇒立食パーティ⇒まるごとやまなし館⇒高崎駅⇒前橋車庫（参加者数：29名）
  - ②日本映画制作ワークショップ&ロケ地巡りツアー（令和2年2月）  
甲府商工会議所（映画製作セミナー）⇒甲府中心商店街（清水家、山梨県庁、舞鶴城）⇒銀座江戸家⇒甲府商工会議所（映画制作ワークショップ）（参加者数8名）
  - ③甲斐マンガ塾の開催  
マンガの基礎や楽しさを知ってもらう取組として、小学生から社会人を対象にしたマンガ教室を実施した（令和元年8月、参加者計30名（小学生コース14名、中学生コース12名、社会人コース4名））
  - ④漫画家藤巻忠俊氏による特別講演会の開催（令和元年9月）  
「黒子のバスケ」の作者である藤巻忠俊氏を講師に招き、漫画家を志すことになったきっかけや制作に係るエピソードなどを語った。（来場者数227名（内県外169名））
  - ⑤人気声優のトークショーなどマンガ・アニメを活用したイベントの実施（令和元年11月）  
甲府えびす講祭りにて、高野麻里佳氏（声優）、長久友紀氏（声優）、星野ひな子氏（童謡歌手）、佐藤ドミンゴ氏（ラジオパーソナリティ）によるトークショーとアニソンコンサートを実施した。（参加者約200名）

- (4) 山梨県の地場産業である宝飾産業のPRと、信玄公祭りとの相乗効果を図り、山梨県甲府の観光振興を図ることを目的に甲府商工会議所・信玄公祭り実行委員会・輝きの祭典実行委員会の三者共催で、平成31年4月に「大宝飾展」を実施した。大宝飾展では、22社による展示即売会の他、Koo-fu コレクション2019展示、秘蔵の逸品の展示、豪華ジュエリーが当たる「スタンプラリー抽選会」を実施した。
- (5) その他の事業
- ①信玄公祭り（4月）、甲府大好き祭り（10月）の実行委員として、積極的な協力を行った。
  - ②甲府商店街連盟主催の第85回甲府えびす講祭りの開催に併せて、甲府中心商店街で同時開催イベント（11月）を実施し、甲府市中心街への誘客を図り、伝統あるえびす講祭りの更なる賑わいを演出した。
  - ③江戸時代から続く伝統行事で、甲府に春を告げる祭りとして親しまれている大神宮節分祭（2月）では、模擬店の出店者を取りまとめるなど運営に協力した。
  - ④ハロウィンをきっかけに「甲府の街を歩くことの楽しさ」を認識してもらい、街の魅力の再発見と賑わいの創出を図ることを目的にハッピーハロウィンパレード（10月）の実施に協力した。
  - ⑤交流人口の増加と物流の効率化を図るための重要インフラである中部横断自動車道の早期実現に向け、要望活動等を実施した。
  - ⑥2027年の開通が予定されているリニア中央新幹線の早期建設促進について国交省等に要望を行うとともに、建設工事のメリットを地元企業が享受できるよう県内経済団体・自治体と連携しJR東海等に要望した。
  - ⑦慢性的な渋滞が発生している中央自動車道の渋滞対策について、沿線の商工会議所並びに自治体と連携し、国交省へ要望した。

(目標と実績 (赤字))

支援内容	26年度 実績	27年度	28年度	29年度	30年度	R1年度	R2年度
		(上段：目標、下段：実績)					
フットパス事業参加者数	160	200 44	200 44	200 54	200 26	200 10	200
まちゼミ参加者数	—	30 44	40 217	50 398	50 882	50 558	50
マンガ・アニメプロジェクト事業総参加者数	—	1,000 1,128	— 3,469	— 2,281	— 9,244	— 494	
大宝飾展販売額(万円)	1,300	1,500 969	1,500 853	1,500 963	1,500 1,049	1,500 814	1,500
来場者数	通路のため計測不可		2,045	2,105	1,825	1,745	

※マンガ・アニメプロジェクト事業参加者数は、各事業の合計（一部概算数含む）。

【令和2年度以降の取り組みについて】

フットパス事業は実施回数1回で参加者が10名と目標を大幅に下回ったが、これに代わり同じ地域で実施するまちゼミを充実させ、延べ558名の参加を得た。要因として、商店街の個店自ら参加店を募るなどした結果と考えている。引き続き、まちゼミの実施に注力していく。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事

多様化・専門化する小規模事業者の経営支援には、他機関の支援ノウハウを吸収することが不可欠であることから、次の事業に参加し、支援ノウハウの蓄積に努めた。

(実施した事業内容)

- (1) 中小企業サポート連携拠点事業は、山梨県内の中小企業支援機関が相互に連携した支援組織を活用し、中小企業者等の諸課題解決に向けた支援を行うもので、毎月定例で開催される会議において支援策の検討及び支援方針の策定等を行った。これにより、参加する支援機関からの案件も共有でき、支援ノウハウの修得にもつながっている。
- (2) 山梨大学と包括連携協定を結んでいる自治体や経済団体、金融機関等のネットワークを活用して、大学の研究成果を地域で有効利用するとともに、社会連携活動の推進に携わる人材の育成を図り、さらなる地域の活性化に資することを目的とする山梨大学客員社会連携コーディネートミーティングには、職員3名を登録した。活動事例の発表などが行われた研修を通じて、他機関の支援ノウハウを吸収した。
- (3) 2回開催された山梨県中小企業診断士協会研修会・意見交換会へは経営指導員が参加し、企業の支援事例、支援施策などについての情報交換を行った。
- (4) 上記の他、関係機関の実施するセミナー・研修会に参加するなどし、支援ノウハウの習得に努めた。  
法定経営指導員研修(中小企業庁主催)、経営支援力向上全国フォーラム(日本商工会議所主催)、経営支援分析力向上研修会(日本商工会議所主催)
- (5) 特に事業承継の分野においては、支援ノウハウの蓄積が少ないため、専門家派遣の際に同行し、支援ノウハウの吸収に努めた。

【令和2年度以降の取り組みについて】

上記の取り組みを継続するとともに、他の機関とも積極的に交流を行い、情報交換に努める。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の経営支援のために必要な能力向上を図るため、次の取り組みを行った。

(実施した事業内容)

- (1) 経営指導員を含め全職員が、経営指導員等WEB研修を受講し、その効果を測定した。
- (2) 日本商工会議所が主催する研修への参加、中小企業大学校の主催する研修へ経営指導員を年間1名以上派遣し資質向上を図った。
- (3) 専門的な経営相談に対応するため、当所専門指導員(弁護士、弁理士、税理士、中小企業診断士等)から経営指導員等が随時相談内容に応じたアドバイスを受けるなど、専門知識の修得に努めた。
- (4) 若手職員については、業界大手企業を積極的に訪問させるなど、自ら業界動向を把握するとともに、その活用については、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援することにより、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図った。
- (3) 指導員等職員同士の勉強会や個別案件の打合せでは、国や県の支援策の情報共有の他、各々が担当する支援案件への対応状況について説明・意見交換を行うなどした。

【令和2年年度以降の取り組みについて】

支援ノウハウ向上には専門家の支援事例から学ぶのが最も効果が高いと思われるため、引き続き専門家が支援する際には同席し、支援ノウハウを吸収する。また、それを他の職員に共有できるように2か月に1回程度の職員勉強会を開催する。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 山梨県産業政策課担当者、山梨県中小企業診断士協会から派遣される中小企業診断士等の外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

- (2) 経営発達支援事業評価委員会（仮称）において、評価・見直しの方針を決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、経営発達支援事業評価委員会（仮称）へ報告し、承認を受ける。
- (4) 本計画の期間中、甲府商工会議所ホームページ（<https://www.kofucci.or.jp>）で、事業の成果・評価・見直しの結果を公表する。